



Dream is beyond the generations.

ナルミヤ・インターナショナルは、
世代を超えて私たちのブランドと商品をお愛してくださる全てのお客様に
「夢」をお届けします。

2024年2月期 第2四半期決算説明会

2023年10月13日

株式会社ナルミヤ・インターナショナル(9275)

1. 2024年2月期 第2四半期実績

2. 2024年2月期 チャネル別状況と下期施策



1. 2024年2月期 第2四半期実績



petit main

AUTUMN 2023

2024年2月期 第2四半期 連結損益計算書

・ 売上高：16,909百万円（前期比107.4%）

計画比 103.1% 第1四半期前期比104.8%、第2四半期前期比110.5%

・ 営業利益：639百万円（前期比226.2%）

計画比 220.5% 第1四半期前期比106.4%、第2四半期前期比114.8%

単位：百万円	2023年2月期累計		2024年2月期累計		前期比(%)	計画比(%)
	実績	構成比(%)	実績	構成比(%)		
売上高	15,742	100.0	16,909	100.0	107.4	103.1
売上総利益	9,194	58.4	10,117	59.8	110.0	105.3
販管費	8,911	56.6	9,478	56.1	106.4	101.7
営業利益	282	1.8	639	3.8	226.2	220.5
経常利益	211	1.3	621	3.7	294.4	227.3
親会社株主に帰属 する四半期純損益	89	0.6	※ 188	1.1	210.1	182.6

※ 子会社ハートフィール のれん一時償却実施 166百万円

EBITDA	709	4.5	1,017	6.0	143.6	
EPS	8円86銭	-	19円05銭	-	-	

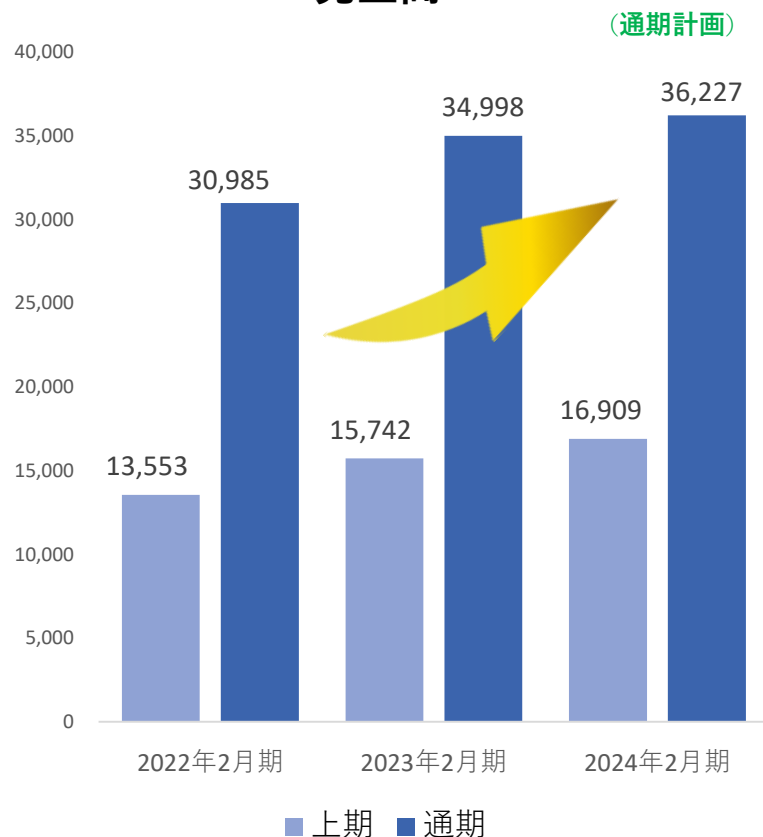
●過去3か年の推移は以下の通り

●今期通期は予想期初計画通り

✓ 売上高 36,227千円 (前期比103.5%)

✓ 営業利益 1,800千円 (前期比105.6%)

売上高



営業利益



- 売上高・粗利率好調

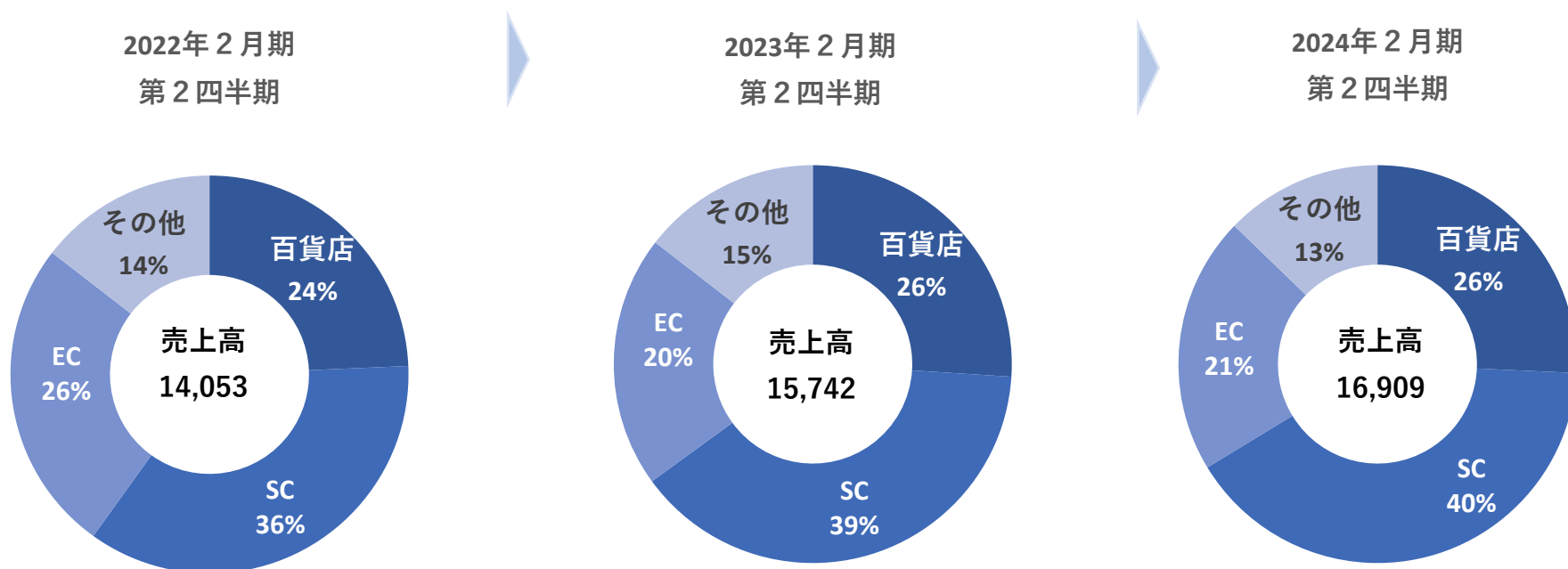
- 営業利益倍増



- 増収増益を継続

- 当期純利益 のれん償却実施でも
昨対比210%

- 2024年2月期第2四半期は、コロナ禍の移動制限がなくなるも構成比に大きな変化はなく、SCが+1%、百貨店±0%、ECが+1%の構成比となった。
- 弊社の強みのマルチチャネル戦略により、顧客の購買行動の変化にしっかり対応できている。



注) チャネル別の構成比はすべて上代基準となります。

2024年2月期 第2四半期 販売費及び一般管理費の実績

単位：百万円	2023年 2 月期 第 2 四半期累計		2024年 2 月期 第 2 四半期累計		前期比 (%)	主な要因
	実績	構成比(%)	実績	構成比(%)		
(売上高)	15,742	100.0	16,909	100.0	107.4	
(売上総利益)	9,194	58.4	10,117	59.8	110.0	
販売費	1,595	10.1	1,712	10.1	107.3	- 荷具運賃+54百万 物流コストの増加及び売上増による物量の増加 - 販売手数料+33百万円 ZOZO販促施策増による
人件費	3,142	20.0	3,379	20.0	107.5	人件費ベースアップによる増 +236百万円
一般管理費	4,173	26.5	4,386	25.9	105.1	- 店舗売上増に伴う地代家賃の増+142百万円 及び支払手数料の増+57百万円 - 燃料等の高騰による水道光熱費の増+13百万円
販管費合計	8,911	56.6	9,478	56.1	106.4	

▶ 人材への投資・待遇改善へ

2024年2月期 第2四半期 連結貸借対照表

資産の部	2022年 8 月	2023年 8 月	増減要因	負債の部	2022年 8 月	2023年 8 月	増減要因
流動資産	7,067	8,180		流動負債	4,827	5,617	
現金及び預金	1,819	2,388	増収による増加	買掛金	2,325	2,805	秋物商品の 前倒入荷
受取手形及び売掛金	2,171	2,316	//	短期借入金及び1年以内 返済予定の長期借入金	741	717	
商品	2,914	3,279	秋物商品前倒入荷 (前年比+5億)	固定負債	3,588	2,761	
固定資産	6,001	5,173		長期借入金	2,763	2,045	約定弁済 による減少
有形固定資産	958	737	償却による減少	リース債務	533	396	支払による減少
無形固定資産	3,097	2,593	//	負債合計	8,416	8,378	
(のれん)	2,846	2,363	//	純資産	4,653	4,976	
投資その他資産	1,946	1,842	長期定期預金の流動 への振替	自己資本	4,653	4,976	
総資産	13,069	13,354		負債・総資産合計	13,069	13,354	

2024年2月期 第2四半期 連結キャッシュフロー計算書

単位：百万円	2023年2月期 第2四半期累計	2024年2月期 第2四半期累計	前期比 (増減額)	主な増減要因
営業活動によるキャッシュフロー	△45	587	633	・上期利益の増加 ・仕入債務の増加によるキャッシュ増
投資活動によるキャッシュフロー	△50	△163	△112	・無形固定資産取得による キャッシュ減（物流システム/ECシステム）
財務活動によるキャッシュフロー	△808	△1,109	△301	・自己株式の取得による キャッシュの減
現金及び現金同等物の増減額	△904	△683	221	-
現金及び現金同等物の期末残高	1,819	2,260	440	-

2. 2024年2月期 第2四半期チャネル別状況と下期施策



前提条件：コロナ禍後を見据えて再成長への基盤強化

- マルチブランドの強みを活かして、新ブランド・新カテゴリを積極的に創出
= お客様にあったブランドを孵化・育成させる
- マルチチャネルの強みを活かして、お客様の購買体験をシームレス化へ

リアル店舗

百貨店（増収増益・新ブランド）

- ・売上9,590百万円（昨比103%）
- ・出店：14コーナー 退店：8コーナー
- ・好調ブランド攻勢
 - kate spade new york kids3店舗
 - Paul Smith JUNIOR4店舗
- ・新ブランド
 - Jack Bunny！！6コーナー
- ・新キャラクターコラボ ムーミン

SC（増収増益・新ブランド）

- ・売上13,553百万円(昨比102.6%)
 - petit main104% Lovetoxic100%
- ・出店：PM2店舗(下期+α出店検討中)
- ・退店：PM1店舗、LT1店舗
- ・PR
 - インフルエンサーコラボ企画
 - TicTok配信強化
- ・新ブランド
 - LTXC：ラプトキのダンスカテゴリー
 - minimal：アウトドアスポーツコンセプト

EC

再成長（新ブランド孵化・育成・OMO）

- ・売上8,650百万円(昨比104.9%)
 - お客様の購買体験のシームレス化、仕入・在庫・売上のリアル店舗とのさらなる連携強化
- ・EC限定ブランドのさらなる育成
 - リセマイン・b.ROOMの強化
 - グラソス再生へ
- ・EC限定カテゴリーの開発
 - 子ども周辺グッズの強化
- ・MAツールの活用によるお客様への提案力強化
- ・OMO強化

システム・ワールド社とのシナジー醸成

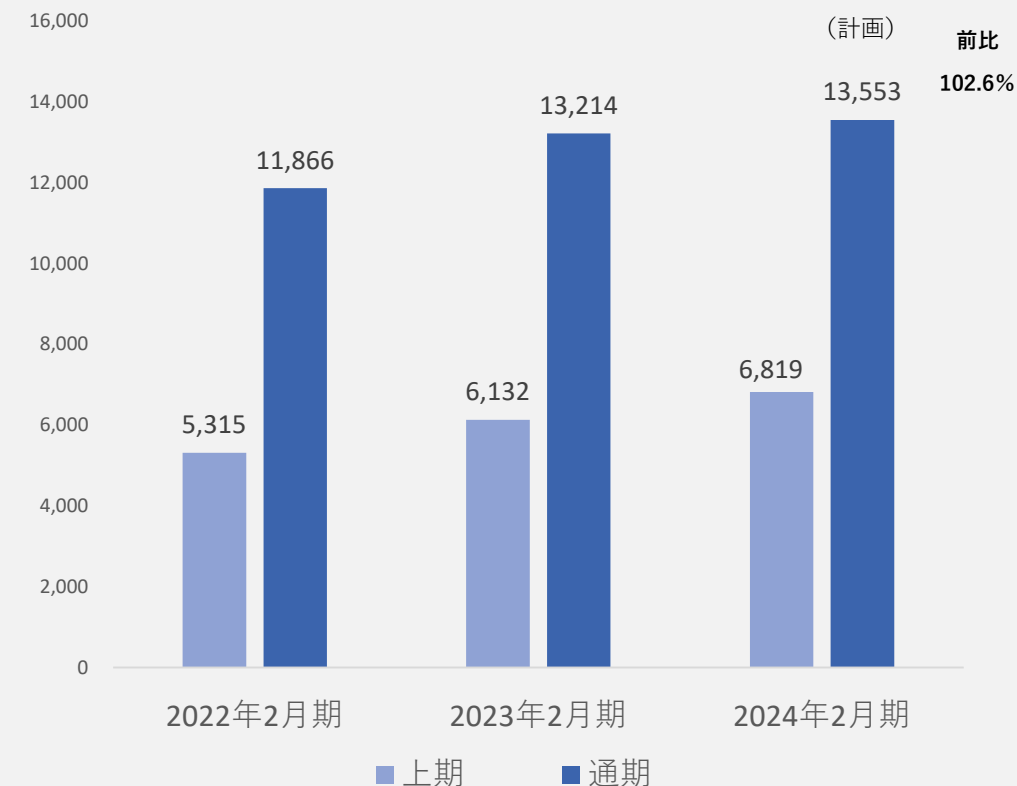
DX促進

- ・店頭業務の効率化
- ・バックオフィスのデジタル化

- **売上高** 6,819百万円 前期比111.2% (**既存店前期比109.2%**) ※前期売上も新収益基準にて算出
- **粗利率** 62.1% (前期59.5% +2.6%)
- **販管費** 前期比104.9% (売上増も販管費は抑制)

2Q累計実績と下期見込

単位：百万円

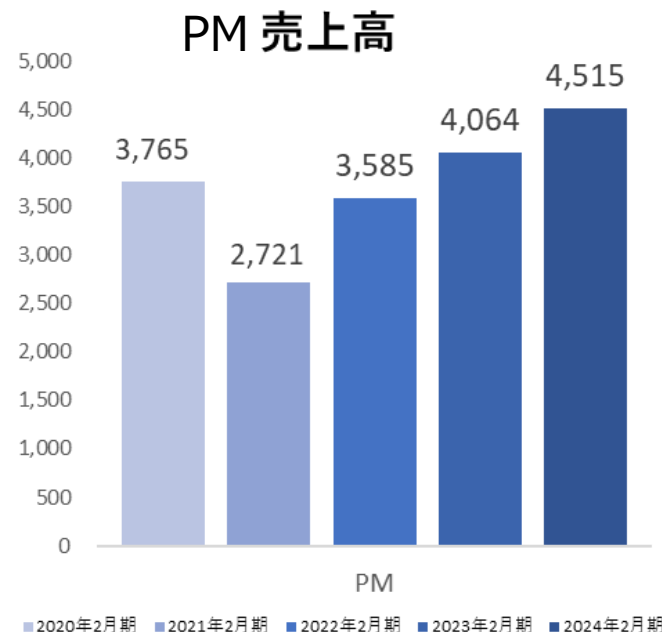
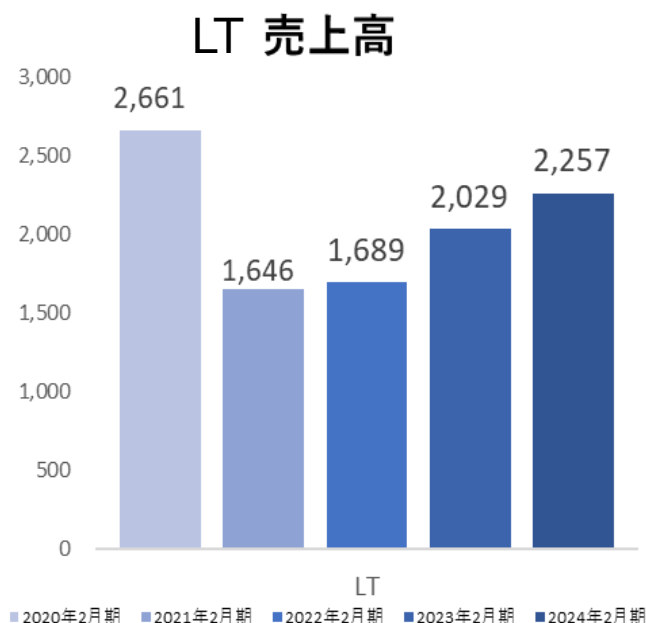


ブランド別前期比

petit main	111.2%
(計画)	104.0%
Lovetoxic	111.1%
(計画)	100.0%

▶ コロナ禍苦戦のラブトキシック 復活へ

▶ 当社NO.1ブランド「プティマイン」 コロナ後も大きく成長



具体的な事業戦略

プティマイン

● 上期振り返り

- ✓ プティプラ安定供給体制構築
- ✓ 店頭プロダクトプロモーションの強化（店頭POP、WEBバナー）
- ✓ ママパパミーティング実施＝マーケティング強化
- ✓ コラボ強化（近藤千尋（AJUGA）、パウパトロール、ディズニー、トミカ、プラレール）
- ✓ 出店 3店舗



● 下期に向けて

- ✓ 新ブランド立ち上げ 【&Re.】スタート
- ✓ リブランディング 【LIEN】スタート
- ✓ 初のオリジナルノベルティー施策（レジャーシート）
- ✓ コラボ強化（近藤千尋（AJUGA）、おさるのジョージ、すみっこぐらし、ミッフィー、パディントン、MLB、ディズニー）
- ✓ 出店 3店舗



- ▶ 出店 計画2店舗→6店舗へ
- ▶ キャラクターコラボ加速
- ▶ 新ブランドの立ち上げ

具体的な事業戦略

ラブトキシック

● 上期振り返り

- ✓ LTXC (ダンスコンセプト) 大ブレイク
- ✓ エントリー (雑貨) アイテムの拡大
- ✓ 店頭プロダクトプロモーションの強化 (バナーPOP設置)
- ✓ SNS発信の強化
 - ✓ Instagramフォロワー：3.7万人
 - ✓ TiK Tokフォロワー：1万人



● 下期に向けて

- ✓ LTXC (ダンスコンセプト) の売上拡大
- ✓ エントリー (雑貨) アイテムの拡大SNS発信の強化
(instagram、TiK Tok)



Lovetoxic
フェイクファーポンポンチ
ヤーム
¥759

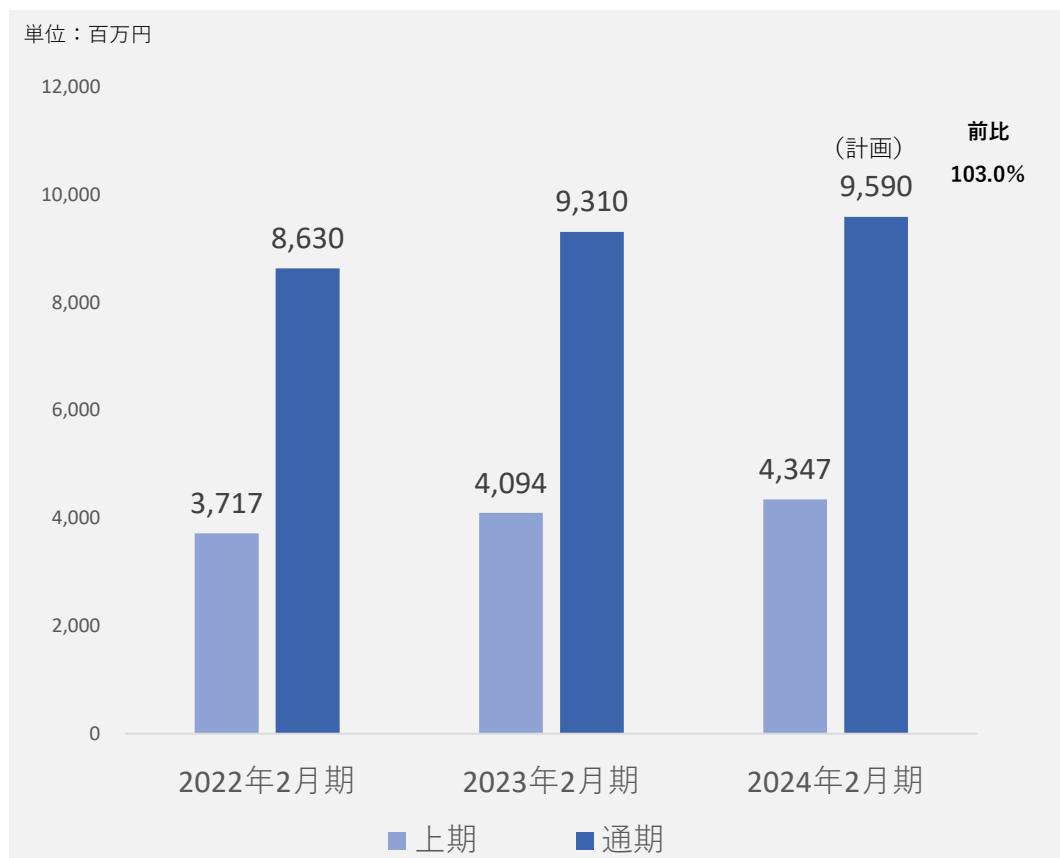


Lovetoxic
推しカラークマチャーム
¥1,089

- ▶ **ダンスコンセプト(LTXC)さらに強化**
- ▶ **SNS強化促進**
- ▶ **来期にむけて再出店検討**

- **売上高** 4,347百万円 前期比106.2% (**既存店前期比106.5%**) ※前期売上も新収益基準にて算出
- **粗利率** 66.6% (前期66.5% +0.1%)
- **販管費** 前期比102.1% (売上増も販管費は抑制)

2Q累計実績と下期見込



ブランド別前期比

mezzo piano	101.3%
sense of wonder	106.3%
ANNA SUI mini	111.0%
kate spade new york kids	120.3%
Paul Smith JUNIOR	122.3%
X-girl Stages/XLARGE KIDS	106.3%
Kladskap	94.6%
mezzo piano junior	103.7%
pom ponette junior	94.7%

具体的な事業戦略

上期振り返り

● 出退店状況

✓ PS+ 1 ミリ+2 JB+ 6 MP△ 2 PJ△ 2 KS△2 MJ△ 2 ミリ△ 2 JB△1 合計△2店舗

● 粗利率改善

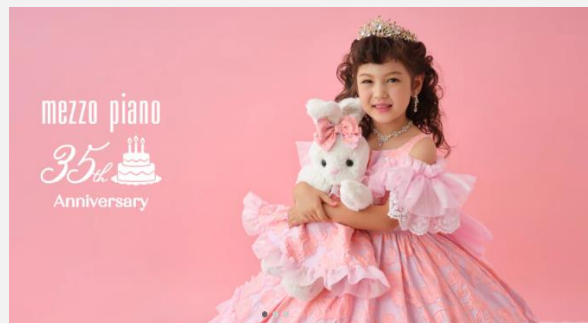
✓ 前年+0.1%。管理ツール導入により値引きの抑制と在庫の適正化を図る
(MD管理表、ベスト10集計表)

● 販管費の削減

✓ 売上6.2%伸長も人件費は前期同様に管理でき、前期から3.4%の売上高人件費比率改善が進んだ
✓ 販売員は不足気味

下期に向けて

- メゾピアノ35周年イベント計画
- クレードスコープ ムーミンコラボスタート
- 客注対応増による店頭業務効率化
- インバウンド接客強化
- オケージョン対応MDの強化 (+15%)



上期

- ▶ 外資系ブランド昨比120%
- ▶ 7/9ブランドが昨比プラス

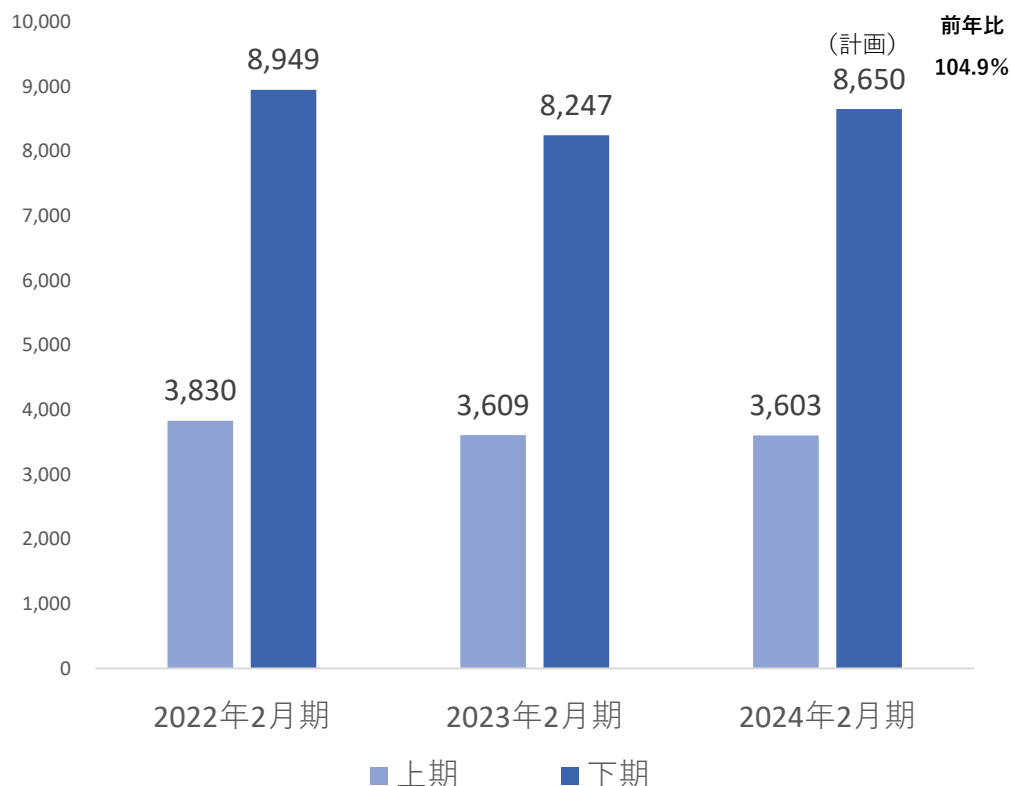
下期

- ▶ インバウンド強化
- ▶ ムーミンコラボ本格投入
- ▶ メゾピアノ35周年イベント計画中

- **売上高** 3,603百万円（前期比99.8%） うち(株)ハートフィール社 330百万円（前期比86.5%）
ECからリアル店舗に集客が戻ったことに伴いECチャネルは全般的に苦戦(ほぼ昨比並みを維持)
ハートフィール社に関しては、独自のサイトをクローズ→N.OとZOZOへ集約→効率化を図る
- **粗利率** 54.8%（前期54.3% +0.5%） -売上微減もオフ率を抑え改善

2Q累計実績と下期見込

単位：百万円



ブランド別前期比

mezzo piano	96.2%
sense of wonder	121.2%
ANNA SUI mini	98.5%
kate spade new york kids	103.7%
Paul Smith JUNIOR	91.1%
X-girls Stages /XLARGE KIDS	85.4%
kladskap	91.2%
mezzo piano junior	94.7%
pom ponette junior	101.3%
petit main	96.7%
Lovetoxic	97.1%

具体的な事業戦略

上期振り返り

- 自社サイト会員数 122万人（上期新規会員登録数：11万人）
- 自社サイト売上比率
 - ✓ 自社比率：48.7% 前期比：98.6%
- OMOサービスの拡充
 - ✓ SC店舗全店でのEC在庫取り寄せ開始（6月）

下期に向けて

- 「ナルミヤオンライン」の更なる成長
 - ✓ 集客強化（SNS、WEB広告その他への投資）
 - ✓ 顧客利便性向上（購入フロー改善、着画・動画強化）
 - ✓ 提案力改善
 - ・ マーケティングオートメーション（MA）を活用した1to1施策強化
 - ✓ 商品カテゴリー強化
 - ・ EC限定ブランドの成長（リセマインその他）
 - ・ 取り扱いブランド拡大（ピンクラテ・KP）
- OMOサービスの拡大
 - ✓ 店舗からのEC在庫の顧客直送サービス開始
- マーケットプレイス強化
 - ✓ ZOZO、楽天での取り扱いブランド拡大



上期

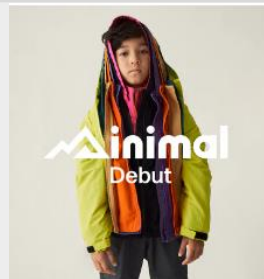
- ▶ リアル店舗へ集客が戻るも、ほぼ昨年並みの売上を維持
- ▶ 不振であったハートフィール社は独自サイトをクローズ
 - ✓ 好調サイトへ在庫集中 + 経費大幅削減へ(のれん減損を計上)
- ▶ OMOサービスの拡充
 - ✓ SC店舗全店でのEC在庫取り寄せ開始（6月）

下期

- ▶ 新ブランド・カテゴリーの開始
 - ✓ ワールド社とのシナジーによるピンクラテの取り扱い開始
 - ✓ 百貨店ブランド「KP」、新カテゴリー「TOYウエア」開始
- ▶ 自社サービスの拡大
 - ✓ 店舗からのEC在庫の顧客直送サービス開始
 - ✓ MAを活用した1to1施策強化、着画・動画強化

● 新ブランド

- ✓ Minimal
- ✓ LIEN(リブランド)
- ✓ &Re.(新)



LIEN



petit main&Re.

〈プチメイン アンドリー〉
デザインの良さをいかにユニセックスで表現できるシリーズアップルライン開発！



● 新キャラクターコラボ

- ✓ ムーミン



● 新カテゴリー

- ✓ TOYウェア



● 新取り扱いブランド

- ✓ ピンクラテ(ワールド社)
- ✓ KP(百貨店ブランド・事業譲渡による支援)



▶ 期初予定以上に新ブランドローンチへ

- ✓ 来期以降も開発継続
- ✓ ECで孵化→店舗展開という新たな方程式の確立へ

▶ 来期に向けてキャラクターコラボも積極的に



▶TOYウェアのコンセプト

おしゃれをすると気分があがるよね？
かわいい洋服を着るとウキウキするよね？
子どもたちに心からそう感じてほしいから、
子どもたちが「楽しい！」と思えるお洋服を作りました。

ウェア（＝お洋服）にTOY（＝おもちゃ）を
足した今までにないカテゴリー。
あそべるお洋服、

TOYウェア。



- ▶ サイトオープン 10月19日
- ▶ 発売開始 11月中旬
- ▶ EC限定販売
- ▶ 価格4950円(税込)
- ▶ 種類 カフェ・ベーカリー・忍者
- ▶ 今後も新商品を発売予定(開発中)



▶ 子供服市場のさらなる活性化を目指すため・50年続いているブランドのこれからのために

- ✓ ワールドグループのW&DiDが事業譲受されたKPブランドの再生にナルミヤとしても対応します
- ✓ ナルミヤのEC、アウトレットへの出品で売上拡大を目指します
- ✓ ナルミヤのノウハウで、商品企画・生産の効率化と付加価値向上をサポートします

● 人的資本経営強化

- ✓ 店長研修
- ✓ マーケティング研修
- ✓ 働き方改革

● 海外プロジェクト

- ✓ インバウンド対策
- ✓ 越境EC
- ✓ 海外出店へリサーチ開始

● システム改修

- ✓ 人事管理
- ✓ EC
- ✓ 数値管理

● 店舗什器刷新

- ✓ 百貨店、SC、アウトレット

上期好調を下期も維持

+

来期に向けて、新たな投資へ

(新ブランド・新カテゴリー)

+

バックオフィス・人材へ投資加速



来期以降の成長を

より確実に

より大きく

● ピンクラテ ナルミヤオンライン販売開始

- ✓ 2023年9月29日よりワールド社ブランドのジュニアブランド「ピンクラテ」をナルミヤオンラインで取り扱い開始
同じターゲットのユーザーがすでにいるので、相乗効果期待
- ✓ ファミリーセール・卸でも当社にて取り扱い開始



● ワールド エコロモキャンペーン参加

- ✓ ワールド社が進めるリユース目的で衣料品を回収する取り組み
- ✓ ナルミヤも参加することを規模拡大



● CO2削減の取り組み

- ✓ ワールド社のノウハウを活用
- ✓ SCOPE3の排出量を把握し、削減への取り組みに着手

● 夏休みキッズワークショップ

- ✓ 日程：2023年7月27日～7月28日
- ✓ 全国4,700名を超えるご応募の中から選ばれた160名の子ども達が、当社デザイナー指導のもときんちゃく、うちわ、ヘアアクセづくりに挑戦
- ✓ フォトブースでは、キッズフォトスタジオ
- ✓ 「LOVST PHOTO STUDIO」のカメラマンによる記念撮影



● リユースキャンペーン

- ✓ 着られなくなった洋服(メーカー、ブランド、大人子供問わず)を店舗にて回収し、リサイクルして再び資源として使用
- ✓ 8/19～9/18実施
今回回収した衣類は、リサイクル素材として来春発売予定



● 母子家庭のお子さまの写真撮影支援

- ✓ フォトスタジオのラブストで、母子支援センターを通じて母子家庭のお子様を対象とした記念写真撮影サービスを無料にて提供

本資料は情報提供を目的としたものであり、当社株式等特定の商品についての募集、投資勧誘、営業等を目的としたものではありません。

本資料には、当社に関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述を含む歴史的事実以外の記述がなされています。これらの記述は、当社が現在入手している情報に基づき、本資料の作成時点における予想、予測、期待、意図、計画、可能性等を基礎としてなされたものにすぎません。

また、これらの記述は、一定の前提（仮定）の下になされています。これらの記述または前提（仮定）は、客観的には不正確であったり、または将来実現しなかったりする可能性があります。

このような事態の原因となりうる不確実性やリスクとしては、流行の変動や景気の変動、金利の変動、為替相場の変動、気象状況等の変化、少子化の進行、業績の季節変動、債権の貸倒れに関するリスク、のれんや有形固定資産の減損、繰延税金資産の見直し、新株予約権の行使による株式価値の希薄化、品質の低下に関するリスク、出店形態にかかるリスク、中国での生産に関するリスク、知的財産権の侵害に関するリスク、システム障害に関するリスク、個人情報の漏えいに関するリスク、人材採用に関するリスク、退職給付債務に関するリスク、法的規制に関するリスク、その他様々な要因が挙げられますが、これらに限られません。

なお、本資料における記述は本資料の日付（または本資料中に別途明記された日付）時点の当社に関連する状況を示すものであり、当社は、それらの記述を最新のものに随時更新するという義務も方針も有しておりません。

また、本資料に記載されている当社に関わる情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。